

УДК 339.13

Лісова Ірина

Lisova Iryna

Науковий керівник: к.е.н, доцент О. І. Краузе

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІННОВАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ MARKETING COMMUNICATIONS INNOVATION

На сьогоднішній день маркетингові комунікації посідають центральне місце серед засобі конкурентної боротьби. На даному етапі розвитку ринку стає дедалі важче дослідити попит, сформувати чітке уявлення про вподобання споживачів та здійснити ефективний маркетинговий вплив на них. Недостатньо тільки розробити новий товар, а також потрібно створити нову цінність для споживача та запевнити його у якості даного продукту, та здатності задовольняти існуючу потребу. У ринкових умовах єдиним способом підвищення конкурентоспроможності і підтримки високих темпів розвитку організацій і їх торгових марок, постає розроблення і впровадження маркетингових інновацій.

Під поняттям інновації або нові технології, ми розуміємо кінцевий результат інноваційної діяльності, який постає у вигляді нового або вдосконаленого товару чи технологічного процесу, які впроваджені на ринок, або використовуються в практичній діяльності.

Маркетингові інновації – це реалізовані нові або значно покращені маркетингові методи, які охоплюють істотні зміни в упаковці продуктів та дизайні, використання нових методів продажів і презентації товарів, робіт, послуг; їх представлення та просування на ринки збуту, формування нових цінових стратегій.

Вони спрямовані не тільки на більш повне задоволення потреб споживачів, а також на відкриття нових ринків збуту з метою підвищення обсягів продажів, що є запорукою успішного розвитку організації.

На даний час крім традиційних рекламних методів впливу на кінцевого споживача існують також методи з використанням інноваційних технологій. З'явилися вони порівняно нещодавно, проте вже набули широкого поширення серед виробників і гаряче схвалення цільової аудиторії. Інноваційна реклама побудована на використанні в промо-акціях серйозного технічного забезпечення, новітніх нестандартних комп'ютерних технологій і способів подання інформації.

В умовах глобального ринку для ефективного просування товару та утримання лідерських позицій, підприємства використовують нові ідеї, технології у товарах, послугах та процесах.

Необхідно враховувати настрій споживачів, які втомилися від одноманітності, і дефіцит рекламних площ, скоріш за все, традиційній рекламі доведеться серйозно потіснитися, тому що інноваційні рекламні технології більш цікаві, ефективні і легко засвоювані. За підрахунками спеціалістів, їх застосування дозволяє збільшити обсяг продажів продукції орієнтовно на 20-45 %. Виробники погодяться, що це серйозний аргумент на користь інноваційної реклами.

Перелік посилань:

1. Єрохін, С. А. Управління інноваційною діяльністю в економіці України: колективна наук. монографія /За наук. ред. д.е.н., проф. С.А. Єрохіна, Національна академія управління. – К., 2008. – 116 с
2. Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации /А. А. Романов, А. В. Панько. – М.: Эксмо, 2006. – 432 с.
3. Чухрай, Н.І. Маркетинг інновацій /Н. І. Чухрай. – Л.: Вид-во Львівської політехніки, 2011. – 256 с.